

Székely Levente:

Digitális részvételi kultúra – aktív és csendes új generáció

Bevezetés

Általában elmondható, hogy a társadalom fiatalokkal kapcsolatos hétköznapi megközelítését erős érdeklődés jellemzi, sokszor sommás megállapításokkal tarkított értetlenség és rendszerint aggodalom kíséri. Gyakran a hétköznapiól lényegesen különböző tudományos megközelítésből fakadó következtetések is lehetnek – a hétköznapi érdeklődéshez és megítéléshez hasonlóan – szélsőségesek. Prensky (2001) például digitális bennszülöttekről beszél, akik egyértelmű nyertesei az információs társadalom korszakának szemben az idősebb generációkba tartozó digitális bevándorlókkal. Zimbardo (2016) ugyanakkor erősen pesszimista képet fest korunk ifjúságáról, elsősorban a fiatal férfiakról, akiknek az identitását értékelése szerint egyenesen tönkretette a technológiai fejlődés. Az a technológiai fejlődés, amit Prensky egyértelműen az új generáció versenyelőnyeként értékel. A két kiragadott példán kívül számos más tudós, kutató is (pl. Key; Hertz; Hurst; Turkle; stb.) erőteljes megfogalmazásokkal él, nem beszélve (akár önjelölt) szakértők tucatjairól, akik sikerkönyveket írnak, blogokat vezetnek arról, hogy milyenek a mai fiatalok. És ha a tudomány művelői a megfelelő távolságtartással is mutatják be az eredményeiket, az erős érdeklődés a média szűrőjén keresztül szenzációt eredményez. Be kell látnunk tehát, hogy különböző mértékben ugyan, de az ifjúságra vonatkozó hétköznapi megismerésünk jellemzően sztereotip, idealizált és mediatizált.

A nemzetközi szakirodalomban két olyan elméleti keretrendszer formálódott az elmúlt évtizedekben, amelynek értelmezési kereteket biztosítottak az ifjúsági vonatkozású elméleti munkákhoz, empirikus kutatásokhoz és köztük a nemzetközi összehasonlító vizsgálatokhoz. Ez a két kiemelt tematika az élethelyzet bemutatásán alapuló „átmenet” diskurzusa és az életmódot középpontba helyező ifjúsági „kultúra” diskurzusa (Szanyi 2016). A nemzetközi diskurzusokba többé-kevésbé illeszkedő vagy onnan táplálkozó, de kifejezetten magyarországi vonatkozású narratívák közül Nagy és Tibori (2016) szerint három fontosabb emelhető ki: az ifjúsági korszakváltás elmélete (Gábor 2006), az ifjúságügy narratívája (Nagy 2013a) és az új csendes generáció paradigmája (Székely 2014). Utóbbi egyik alapállítása, hogy a tizen-huszonéves fiatalokat konformitás, bizonytalanság és passzivitás jellemzi, amely kiterjed a közéleti érdeklődésre és részvételt is (Székely 2014). A magyar fiatalok közéleti érdeklődése nemzetközi összehasonlításban is alacsonynak mondható, míg az OECD átlag szerint a 15–29 évesek háromtizedét, a magyarországi adatok szerint felét nem érdekli a politika. Az Aktív Fiatalok Magyarországon kutatássorozat eredményei (Szabó 2012; 2014; 2015) egyrészt azt mutatják, hogy a magyar egyetemisták és főiskolások politikai érdeklődése és aktivitása csökkent az elmúlt években, másrészt megfigyelhetővé vált több aktivitást mutató csoportosulás: a „Critical Mass” a „Kuruc.info” vagy éppen a „Tusványos” nemzedék. Jelen munka célja a számok mögé is nézve egy összefoglaló képet vagy legalább egy vitára alkalmas hipotézist alkotni a magyar fiatalok közéleti érdeklődésével és részvételével kapcsolatban.

Az elmúlt negyedszázadban Magyarországon három jelentős rendszerszintű változás ment végbe, amelyek alapvetően átalakították a fennálló viszonyokat. Ez a három rendszerszintű változás a rendszerváltás, a globalizáció és az információs társadalom paradigmája. Ezek a rendszerszintű változások önállóan is erős narratívát jelentenek, bár a hangsúlyaikban más-más területeket nagyítanak ki, de – és ezért tekinthetők rendszerszintűnek – egyaránt értelmezhetők gazdasági, társadalmi és kulturális vonatkozásban.

A gazdasági alrendszert tekintve a rendszerváltás a szocialista tervgazdaság helyett a kapitalista modellt hozta, a globalizáció a globális viszonyokba való betagozódást, míg az információgazdaság, az információalapú termelés és fogyasztás logikáját. A társadalmi struktúrát tekintve a rendszerváltás a társadalmi különbségek növekedését, az új gazdasági elit kiemelkedését és más csoportok tartós leszakadását, a globalizáció az önmagukban létező közösségek megszűnését, népeségmozgásokat hozott, míg az információs társadalom a nem lokalitáson alapuló közösségek szervezése mellett, a meglévő törésvonalakon új, digitális megosztottságokat épített. A kulturális alrendszerben a rendszerváltást követően kiépültek a demokratikus folyamatok, megerősödtek a fogyasztói társadalom értékei, a globalizáció a neoliberalizmus ideológiáját terjesztette ki, az információs társadalom paradigmája a digitális kultúra megjelenéséhez vezetett.

A rendszerváltás ifjúsága

Magyarország és a volt szocialista országok számára a rendszerváltás megrengető erejű sokként hatott, és hatása mind a mai napig tart. Az átalakulás a makrofolyamatoktól a mindennapi élet mikroterületeiig egyaránt óriási mértékű volt. Az átalakulás mértékét mutatja, hogy csak a KGST megszűnése a magyar gazdaság exportjának és importjának is négytizedét befolyásolta, amelynek hatásaként a piacok beszűkültek, a külkereskedelmi termékforgalom erősen visszaesett (KSH 2010). A gazdaság szerkezetváltása a munkaerő kapitalista kihasználása a teljes foglalkoztatás megszűnését, tömegek egzisztenciális ellehetetlenülését, a munkanélküliség állandósulását hozta magával. A keresetek reálértéke folyamatosan csökkent, mindez a nominális növekedés ellenére történt, hiszen ezen időszak alatt a fogyasztói árak nagyobb mértékben emelkedtek. A legalacsonyabb értéket 1996-ban érte el, ekkor a keresetek reálértéke az 1989. évinél 26 százalékkal volt kisebb. Innentől emelkedés kezdődik, de a magyar gazdaság 1989-es évi reálbér szintet csak az ezredfordulót követően, 2002-ben érte el (KSH 2010). A reáljövedelmek csökkenése mellett jelentős differenciálódás is tapasztalható, amely az új feltételekhez való alkalmazkodás képességéből fakadt. A kilencvenes évek elején az új szerkezet nem volt arra alkalmas, hogy a kompenzálja a rendszerváltás szükségszerű veszteségeinek kárait, ezért a vesztesek köre szélesebb, mint ami a foglalkoztatási szerkezet változásából következik (Kolosi–Róbert 1992). A jövedelmek változása a fogyasztásban is megmutatkozott, a kilencvenes évek közepéig csökkent általában a fogyasztás és belső szerkezete is átalakult.

Az átalakulás gazdasági dimenziója mellett legalább olyan fontos a nem kifejezetten gazdasági alapú társadalmi és kulturális vonatkozása. A szocialista egypártrendszer intézmény-

rendszerét a demokratikus választásokat követően lebontották, de a közéleti érdeklődés és aktivitás fokozódása már szabad választások előtt is tapasztalható volt. A korlátozások alól felszabadult közélet ugyan természetes érdeklődést generált, illetve számos olyan témát tett vitaképessé, amelyet addig az elfojtás jellemezett, de a változások értékelése mégis felemás mind a mai napig. A közvélemény-kutató cégek felmérései alapján mind a rendszerváltás lezajlásának ütemével, mind következményeivel elégedetlenek voltak a magyarok, és jövőképük, más volt szocialista országokkal összehasonlítva is alapvetően negatív volt a kilencvenes évek elején (Kolosi–Róbert 1992).

1989-ben a magyarországi népesség 10,4 millió főt tett ki, amelyből a 15–29 évesek száma nagyjából 2 millió főre rúgott. A rendszerváltást megelőző évtizedben Magyarországon demográfiai fordulat következett be, az egy főre eső születések száma innentől tartósan kisebb, mint a halálozásoké. A gyermeket nevelő háztartások aránya is folyamatos csökkenést mutat a rendszerváltást követően, 1993-ban még 45 százalék, az ezredforduló idején már csupán 36 százalék azon háztartások aránya, ahol gyermek is él. A gyermekszám csökkenése a házasodási szokásokkal párhuzamosan változott, míg a hetvenes években a nők 14–15 százaléka már 18 éves kora előtt megházasodott, további 40 százaléka pedig 20 éves koráig férjhez ment, a kilencvenes évekre ugyanez 4–5, illetve 18–20 százalékra esett vissza (Vitányi 2006).

A rendszerváltás és az azt követő néhány év munkapiaci sokkja, ahol közel másfél millió munkahely szűnt meg, a munkaképes korúak közül a legidősebbeket és legfiatalabbakat érintette leginkább. A szocialista gazdaság- és oktatáspolitikai logikája szerint megszerzett szaktudás az új viszonyok között nem volt versenyképes, a megjelenő munkanélküliség a fiatalokat sújtotta elsősorban, amely tömegessé vált és állandósult. A rendszerváltást megelőző néhány évben még a szakképzettséget megszerzők teljes köre el tudott helyezkedni tanulmányait követően, míg 1992-ben a munkanélküliségi ráta a 15–19 évesek közt már 27 százalékos, a 20–24 évesek közt 14 százalékos volt. Ezt követően a munkanélküliség az évtized utolsó harmadáig nőtt.

Nem elsősorban az 1989–1990-ben zajló szerkezetváltás oka az ifjúság problémáinak, hanem már az államszocializmus utolsó évtizedében kiteljesedő gazdasági válság, illetve az állam esélyteremtő funkciójának csökkenése, ezáltal a családi erőforrások nagyobb szerepével a különbségek növekedése. A rendszerváltás ifjúsága forráshiányos szocialista oktatási rendszerben tanult és szerezte meg végzettségét, majd tapasztalta meg a kapitalista munkanélküliséget a teljes társadalom átlagán felüli mértékben. Összességében Gazsó és Laki (2004) szerint az újkapitalizmus egyik legnagyobb vesztese az ifjúság lett.

A rendszerváltás ifjúsága ma 40–54 éves. 1989-et fiatakként megélők ugyan részint a U.S. Census Bureau alapján a Baby boom nemzedékébe (1946–1964 között születettek) számíthatóak, azonban Magyarországon kissé más a helyzet. Hazánkban az 1950–1956 közötti Ratkó-korszak feleltethető meg leginkább a nyugati baby boomnak, ami egy időben szűkebb, a rendszerváltáskor már jellemzően felnőtt nemzedéket takar.

A rendszerváltás idején 15–29 évesek nemzedéke szocializációs közegeit tekintve meglehetősen különbözik a nyugati megfelelőitől. A magyarországi hatvanas és a hetvenes évek első felében született nemzedék gyermekkorát és ifjúságát meghatározzák a szocialista ideológia által uralt iskolai és szabadidős terek, de ugyanekkor felépülnek az ellenállás kulturális bástyái is. Ez a generáció fogyasztói közegét tekintve fontos részét képezte a beatzene megszilárdult magyarországi ikonjainak is, de újat is hozott a disco, a punk, a kemény rock stílusaival. A társadalmi mondanivalóval is bíró dalszövegek is az 1960-as évektől jelentek meg. Ahogy nyugaton a Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) által elindított szubkultúra-felfogás a zenét és a stílust a szimbolikus ellenállás terepeként vizsgálta, úgy tett a magyarországi kultúrpolitikai is a zenei alkotásokkal, amelyek teret engedhetnek a rendszerrel való szembehelyezkedésnek. Az állampárt által irányított kultúrpolitika támogatott, tűrt, tiltott kategóriákban határozta meg az egyes produkciók helyét a zenei színtereken. A cenzúra megszűnését követően a szimbolikus ellenállás tömbjeit megbontotta a nyugati fogyasztói kultúra, ahol már meg sem jelent a hatalommal való szembehelyezkedés, a status quo megkérdőjelezése.

Vitányi (2006) az Inex Stúdió kilencvenes években végzett szabadidős vizsgálatát idézi, amely szerint a fiatalok leginkább a televíziót nézik, amelyet a társas együttlétek követnek. A számítógép ellenben megosztja a fiatalokat, többségük alig használja (fér hozzá), míg a fiatalok negyede, aktív napi felhasználó.

A közéletbe a fiatalok is bekapcsolódtak, zömmel fiatalok alkotta politikai formáció a parlamentben is képviselthez jutott, de nem csak a közéletben jutottak szerephez. A rendszerváltás az ifjúság egy része számára óriási lehetőséget jelentett, üzleti és politikai karriert hozott, a magyarországi gazdasági és politikai elit jó részét ma is azok alkotják és egy évtizeddel ezelőtt is azok alkották, akik a rendszerváltáskor a huszas éveikben jártak.

Az új csendes generáció

A rendszerváltás ifjúságának azonban létezhet egy másik olvasata is, hiszen nem csupán azok szempontjából lehet vizsgálni, akik a rendszerváltás idején voltak fiatalok, hanem azok szempontjából is, akik akkor születtek.

Ahogy a térben és időben azonos helyen lévő egyének nem feltétlenül alkotnak közösséget úgy a karakteres generáció létrejöttéhez is szükség van még valamire az azonos születési éveken kívül. Ez a valami olyan esemény vagy folyamat, amely azonos (közös) élményként, vagy az életet meghatározó körülményként a nemzedéket elkülöníti más nemzedékektől. A különböző generációk karakterét meghatározza az a társadalmi, hangulati környezet, amelyben szocializációjuk végbement. Strauss és Howe modellje⁹ szerint a nagyjából 20 éves intervallumok szerint egymást váltó nemzedékekből és az egymást követő archetípusokból következik, hogy a 2000-es évek elejétől születettek karakterükben hasonlatosak a II. világháború

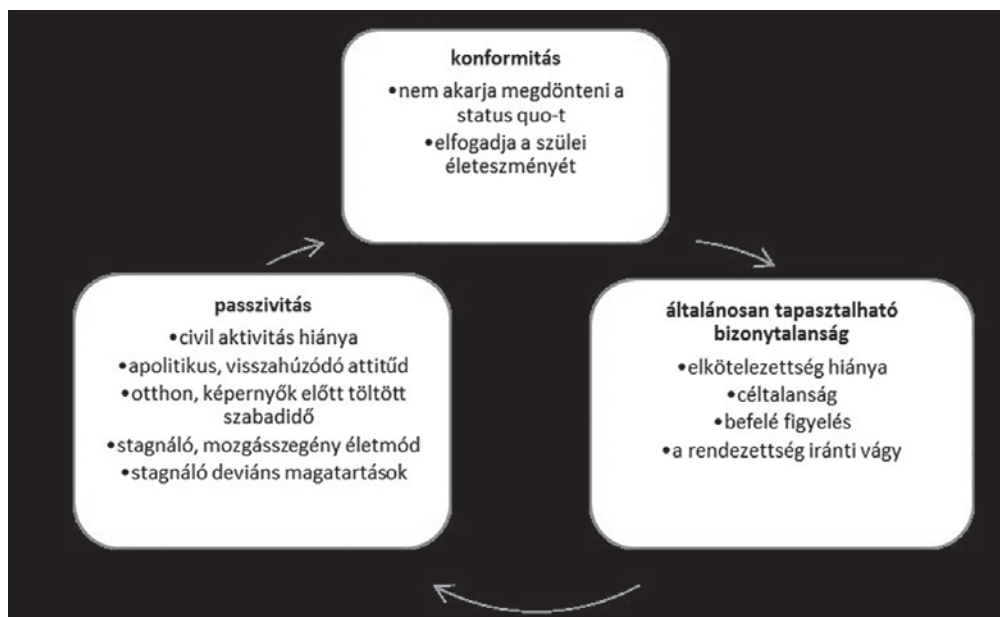
9 Strauss és Howe (1991) által alkotott modell a generációkról való gondolkodás fontos alaptétele, amely szerint a generációváltás ciklikusan megy végbe nagyjából 20 évenként és ezen ciklusok szerint egymást váltogatva beszélhetünk alapvetően domináns és visszahúzódó nemzedékekről.

előtt születettek nemzedékére az ún. *csendes generációra*, azaz egy új csendes generációként azonosíthatók (Székely 2014).

Ugyanakkor a magyarországi fiatalok életében a szocializmus alatti megkésetttség, majd a rendszerváltást követő sokk is érzékelhető, ami a nyugati világot nem, vagy kevésbé érintette. Strauss és Howe modelljéből következhet, hogy a rendszerváltozás krízise egy amolyan új csendes generáció karakterét rajzolta meg Magyarországon, ami nem esik egybe a nyugati világban várt 2000 és 2020 közötti születettek nemzedékével, hanem nagyjából egy nemzedékkel korábbra, a rendszerváltás környékén születettekre vonatkozik. A Magyar Ifjúság 2012¹⁰ kutatás adatait vizsgálva elmondható, hogy az egyes szocializációs közegekre – az elsődleges szocializációs közegekre (család és családi értékek), a másodlagos szocializációs közegekre (iskola és munkahely), valamint a harmadlagos szocializációs közegekre (szabadidős terek és tevékenységek, ezen belül média- és kultúrafogyasztás, digitális terek és tevékenységek, sport és kockázati magatartások, civil aktivitás) – egyaránt jellemző a csendesség.

1. ábra.

Az új csendes generáció fontosabb ismérvei (forrás: saját szerkesztés)



A 15–29 éves fiatalokról összefoglalóan szólva kijelenthetjük, hogy jellemző rájuk a konformitás, nem akarják megdönteni a fennálló status quo-t, többségükben elfogadják a szüleik

10 A Kutatópont által készített Magyar Ifjúság 2012 az ezredfordulón indult Ifjúság kutatássorozat negyedik hulláma. A kutatás mintája régió, településtípus, életkor és nem alapján reprezentatív a 15–29 éves magyar népességet tekintve.

életeszményét. Általánosan tapasztalható körükben a bizonytalanság, sok esetben hiányzik belőlük az elkötelezettség, céltalanok, amit maguk is problémaként érzékelnek nemzedékükben, mindeközben vágynak a rendezettségre. A 15–29 évesek passzivitása tovább növekedett az elmúlt években, hiányzik többségük életéből a civil aktivitás, apolitikusak, közéleti kérdésekhez visszahúzódtó attitűddel közelítenek. Szabadidejüket zömmel otthon a képernyők előtt töltik, mozgásszegény életmód és stagnáló deviáns magatartások jellemzik őket.

A nagymintás kérdőíves kutatás fontos tapasztalata, hogy a fiatalok az olyan kérdésekben, ahol differenciálhatták a válaszukat, jellemzően középre húzó megoldásokat választottak, különösen igaz ez a közélet, a fiatalok politikai értékrendjére vonatkozóan kérdések esetében, ahol a megkérdezettek túlnyomó többsége a semlegesnek gondolt középértékeket preferálta. A középre húzás mellett különösen ezekben az esetekben jelen van a magas arányú válaszmeztagság, illetve válaszelterelés a „nem tudom” kategóriák választása.

Fontos megjegyezni továbbá, hogy a korábbi nagymintás ifjúságkutatások eredményeihez viszonyítva a 2012-es kutatás rendre a csendes attitűd növekedését regisztrálta. Bár nem állnak rendelkezésre minden kérdésben adatok 2000-ig visszamenőlegesen, de a legtöbb esetben azt tapasztalhatjuk, hogy a mai 15–29 éveseket nagyobb fokú konformitás, bizonytalanság és passzivitás jellemzi, mint a korábbi hullámok célcsoportjait.

A magyarországi új csendes generációt a korábbi amerikai csendes generációval összehasonlítva különbségeket találhatunk a társadalmi intézmények iránti bizalomban, illetve a hagyományok követésében. Míg előbbi esetében valódi különbségről beszélhetünk, hiszen a bizalom folyamatos csökkenéséről számolhatunk be, ez azonban – legalábbis egyelőre – nem generál a szavazatokban vagy szervezetekben megmutatózó aktivitást. Utóbbi is csak részben jelent valódi különbséget, hiszen a tettekben (házasság, kemény munka) a mai fiatalok nem járnak ugyan élen, de ezekben az esetekben generációkon átívelő folyamatról van szó, ráadásul az értékek világában a család fontossága karakteresen megjelenik.

Az első globális generáció

A kapitalizmus sajátja „a szüntelen terjeszkedés, a tér és az idő korlátainak legyőzésére való törekvés” – mondja Castells (2005), de így is csupán a huszadik század végétől beszélhetünk globális gazdaságról. A globalizáció a vállalatok és a pénzpiacok átszerveződésének eredményeképpen alakult ki az 1970-es évek válságát követően. A globalizáció nem a gazdaság saját terméke, hanem a piacok érdekében fellépő pénzügyi intézményeké és kormányoké. (Castells 2005) A globális gazdaság különböző hatásokkal járt a világ egyes pontjain, az átmenet sikerekkel és válságokkal egyaránt tarkított, ráadásul nem érvényesül mindenhol egyformán.

A globalizáció összekapcsolódás, kulturális homogenizáció, a globális ízlések vagy, ahogy Hall (1997) mondja a kulturális hibridek kialakulásának világa. A globalizáció olyan folyamat, amely az egész világra vonatkozik, nincs tekintettel a nemzeti határookra, új módon köt össze közösségeket. A globális homogenizáció mellet ugyanakkor jelen van a különbözőség kultusza

is (Hall 1997). A lokalitás megerősödése mellett a globális vállalati kapitalizmus szintén globális módon szerveződő kritikájaként megjelentek a globalizációellenes mozgalmak. Felszínre robbanásuk 1999. november 30-án következett be, amikor a Világkereskedelmi Szervezet (WTO) Seattle-ben tartott ülését berekesztették a tüntetők tízezreinek akciója miatt.

Magyarországon a rendszerváltást követően kialakuló kapitalista, fogyasztói társadalom értékrendszere jelentős hatással volt a fiatalok egész életére, a gazdasági helyzetüktől fogva a kultúra- és médiafogyasztásukig. Habár a magyar piacgazdaság fejlettségében elmarad a nyugati országokétól, így a magyar fiatalok pénztárcája is soványabb európai társaikénál, ugyanakkor a kínálati oldalon több a hasonlóság, mint a különbség, ugyanazok a világmárkák, nagyon hasonló, jól körülhatárolható igények, hasonló trendek, gyökeresen eltérő lehetőségek jellemzőek (Székely 2008). Somlai (2011) ezt úgy fogalmazza meg, hogy az ifjúsági kultúrát a média közvetítésével globális sztenderdek alakítják. Már a kilencvenes években is a média irányította a (szub)kultúra-képzést, napjainkban már amolyan „lappangási időszak” sincs – az azonnaliság jellemző, amelyet alapvetően a posztmodern médiakörnyezet tesz lehetővé (Muggleton alapján Guld 2012).

A globalizáció hatásait Magyarországon leginkább a fogyasztás, azon belül a médiafogyasztás területén érhetjük tetten. Már a nagymintás magyarországi ifjúságkutatások korábbi hullámai is részletesen foglalkoztak a fiatalok médiafogyasztásával és azon belül az internet szerepével (Bauer–Szabó 2005). Általában megfigyelhető, hogy a nagymintás ifjúságkutatások célcsoportjának tekintett 15–29 éves korcsoporton belül is jelentős különbség van az egyes korosztályok között. Mindazonáltal a magyarországi 15–29 éves fiatalok már egy évtizeddel ezelőtt is egységes és megkülönböztetett helyzetben voltak. Ez a különleges helyzet világosan megmutatkozott a nemzetközi hozzáférési és használati indexekben, ahol Magyarország – a lakosság egészét tekintve – rendre rosszul szerepelt, ugyanakkor a korosztályos bontások szerint az ifjúság már egy évtizede is együtt mozgott a globális trendekkel (Székely 2007). Mindez az addig ismert médiastruktúra átalakulását tette kézzelfoghatóvá. „A televízió uralta médiavilág pozíciói meggyengültek, a változást a fiatalok eltérő médiafogyasztási szokásai indukálják, ahol az internet szerepének növekedése elsősorban a televíziónak, illetve az újságolvasásnak teremt komolyan veendő konkurenciát.” (Székely 2007)

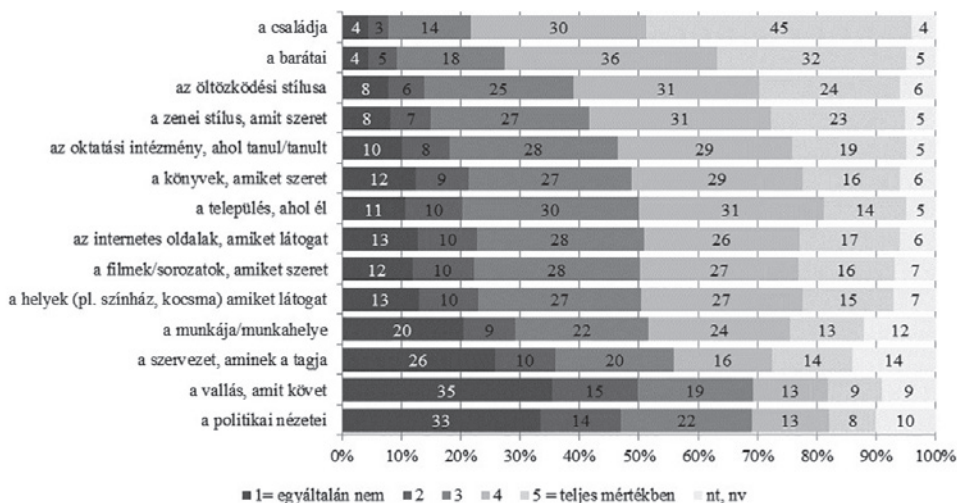
Már egy évtizeddel ezelőtt is látható volt, hogy a változás nem csupán a fogyasztási szokásokban, de a fejekben is megtörténik. A médiumok (könyvek, televízió, rádió és nyomtatott lapok) fontosságának megítélésével kapcsolatban általában megfigyelhetőek kisebb-nagyobb különbségek a fiatalok és az idősebbek között. Mindazonáltal az internet fontosságának megítélése a leginkább szélsőséges, a fiatalok sokkal fontosabbnak tekintik az internetet, mint az idősebbek, olyannyira, hogy az életkort tekintve szinte tökéletes linearitásról beszélhetünk (Székely 2006). A mából (2016) visszanézve megállapíthatjuk, hogy az internet szerepének felértékelődése már egy évtizede tudatosult. Az azóta eltelt időben az internetnek, mint információforrásnak a fontossága – méréseink szerint – tovább növekedett, míg a hagyományos média – a televízió kivételével – erőteljesen veszített fontosságából. Az internet

információforrásként – és tegyük hozzá a szórakozás forrásaként – való felértékelődése a tér és az idő szerepének átértékelésével egyben a globalitásnak is a jelképe. Ugyan a globalizáció nem az internettel indult és hatása nem csupán az Y generációra és a fiatalabbakra terjed ki, de globális szocializációs közegként innen számítva értékelhetjük.

Noha a globális trendek és ezekhez igazodóan a média hatásai alapvetően befolyásolják a magyar fiatalok hétköznapijait, preferenciáit, ugyanakkor mint fentebb láttuk az új csendes generáció a szülei értékvilágához is inkább elfogadással, mint elutasítással közelít. A család és a média hatása erősen megmutatkozik az önképükben is. A magyar 15–29 éves fiatalok önképének – identitásának – erős összetevői a családi és a baráti kapcsolatok, a különböző kulturális tartalmak (zenék, könyvek, filmek), valamint a lokális jellemzők (település). A megkérdezett 15–29 éves fiatalok háromnegyede (75 százalék) önképe fontos részének érezte a családját, kétharmada (68 százalék) a barátait és legalább minden második így gondol az öltözködési stílusára (55 százalék), valamint azokra a zenei tartalmakra (54 százalék), amelyeket szeret. Bár média (vagy tartalom) tekintetében a zene a legfontosabb nem lehet azt állítani, hogy a tizen-huszonevűek kulturális identitását egyedül a zene határozná meg, vagy ezen keresztül érthetnénk meg leginkább a mai fiatalokat, közel minden második megkérdezett így érez azokkal az internetes oldalakkal kapcsolatban is, amelyeket látogat.

2. ábra.

Az alábbiak mennyire fontos részei az önképének, azaz mennyire határozzák meg azt, hogy Ön kicsoda? (N=2000)



Forrás: Kutatópont

Digitális (inter)aktív generáció

Az ipari társadalmak után kifejlődő új szerkezet, amelyet Bell (2001) posztindusztriális társadalomnak, vagy Castells (2005) hálózati társadalomnak mások információs társadalomnak

neveznek az egész világot érintő és átható, a napjainkban is zajló gazdasági – társadalmi – kulturális átalakulás.

Ebben a szerkezetben az infokommunikációs technológiák jelentik a legfontosabb fizikai erőforrást, míg az emberi tudás a legfontosabb humán tényező és az információ a legfontosabb jószág. Az információs társadalom gazdasági rendszerét nevezik hálózati gazdaságnak vagy információs gazdaságnak, illetve információgazdaságnak, amely napjainkban is zajló átmenetet jelent az ipari kapitalizmusból. Az információgazdasági átmenetnek többek szerint még csak az elején tartunk (Szabó–Hámori 2007), ugyanis egyelőre még a legfejlettebb régiók gazdasága sem alakult át teljességében az új szabályok szerint, mások (Castells 2005) azt állítják, hogy az információs társadalomnak már kialakult gazdasági rendszere van.

Az információgazdaság egyik jellegzetessége, hogy általánossá válik az időalapú verseny, felértékelődik a gyorsaság, a rugalmasság. Az információgazdaság másik fontos jellemzője a megváltozott idő- és térszemlélet is, amely azt jelenti, hogy az infokommunikációs eszközök és azok alkalmazása a gazdaságban lehetővé teszi a konkrét terektől való függetlenedést, ezzel a helyhez kötöttség fokozatosan megszüntethető, ami termelési folyamatok térbeli decentralizációjához vezet. Az új struktúra felülírja a hagyományos munkamegosztást is. Ennek egyik következményeként az információgazdaságnak kevesebb munkaskézre van szüksége, amely jövőbeli társadalmi feszültségeket vetít előre, amelynek közeli voltát jelzi, hogy hamarosan megszűnő szakmákkal kapcsolatos írásokkal mostanában már nem csak a tudományos közleményekben találkozhatunk.

Az utóbbi évtizedekben megszületett és megszilárdult az információs korszak egyedi kultúrája a digitális kultúra. A digitális kultúra elmúlt negyedszázadának magyarországi történetét tekintve öt nagyobb szakaszról beszélhetünk (Rab, 2016): 1. Hőskorszak (1990–1995); 2. Modemes korszak (1995–2000) 3. Web 1.0 kora (2000–2005); 4. Szélessávú internet kora (2005–2010); 5. Poszt-Pc korszak (2010–).

Az infrastrukturális fejlődés mögött alapvető viszonybéli változásokat is rögzíthetünk a nagyjából egy emberöltőnyi idő alatt. Míg korábban a digitális kultúra másodlagos, a hagyományos kultúra online leképeződését jelentette pusztán, ma már jellemzően a digitális kultúra termékenyíti meg és alakítja át a hagyományos viszonyokat. Ennek nyomait látjuk a makrostruktúrában pl. a média átalakulásában, de a mikrovilágban, így a mindennapi tevékenységeinkben egyaránt.

Nagyjából egy évtizeddel ezelőtt Magyarországon is regisztrálhattuk az internet szerepének felértékelődését elsősorban a fiatalok körében. A World Internet Project 2004-es magyarországi adatain vizsgálódva megfigyelhettük, hogy a televízió uralta médiafogyasztás két egymásra épülő kihívással találkozik, az egyik az internet általánában, a másik az új generációk belépése. Az internethasználók körében a médiafogyasztást már az ezredfordulót követően sem kizárólag a televízió dominálta, a tájékozódásban és a szórakozás tekintetében is

felzárkóztak a világháló tartalmai. Az életkor tekintetében ugyanekkor egy fontos töréspontot is megfigyelhettünk: a 70-es évek végén születettek körében megdőlni látszott számos sztereotípia, amely az ifjúság médiafogyasztásához kapcsolódott (Pintér–Székely 2006). Ez a töréspont a digitális korban szocializálódott Y generáció számításának korszakhatára is egyben, ugyanis a fiatalok médiafogyasztása mind az adott médium előtt-mellett eltöltött idő, mind a fogyasztás gyakorisága mentén lényegesen különbözik – sok esetben az uralkodó sztereotípiákkal meghazudtolva – az idősebb korosztályokétól.

A fenti korszakolásra tekintve is láthatjuk, hogy rövid idő alatt is jelentős változások következtek be, a melyek nem hagyták érintetlenül az ifjúságot (sem). A 2012-ben lezajlott nagymintás ifjúságkutatás, a Kutatópont által készített Magyar Ifjúság 2012 eredményei a magyarországi fiatalokat meglehetősen kétarcúnak mutatják. Nagy (2013) megállapítása szerint a fiatalok esetében kevésbé beszélhetünk szabadidő-társadalomról, a (szabadidős) civil aktivitások hiánya azt mutatja, hogy fiatalok, egyre kevésbé kapcsolódnak tömegmozgalmi szerveződésekhez. A nem intézményesített fiatalkori szabadidőben egyre fontosabbá válik az elektronikus média, így a képernyő-társadalom meghatározás sokkal jobban illik a mai fiatalokra, ugyanis életük jelentős részét televízió, számítógép és mobileszközök képernyője előtt töltik.

A médiafogyasztás – amely a szabadidő tehát a harmadlagos szocializációs közeg nagy részét elfoglalja – egyre inkább az infokommunikációs eszközökhöz, a digitális közeghez kötődik. A digitális közeg ugyanakkor csupán egy része a valóságnak, nem attól különálló entitás. A digitális közeg sajátosságait, a digitális kultúra kettős köre elméletet Rab (2016) foglalta össze. A korábbi munkák alapján (Rab 2007; Rab–Székely 2007; Rab 2011) felépített modell párokba rendezett tizennégy jellemző alapján egy összefoglaló képet kíván nyújtani a digitális kultúra összetett és többretegű értelmezéséhez.

3. ábra.
A digitális kultúra kettős köre



Forrás: Rab 2016.

A digitális kultúra tizennégy egymásba fonódó, sokszor ellentétes tulajdonsága segítségével szolgálhat a fiatalok online (közéleti) aktivitásának leírásában is. A digitális környezet érzékelhetően sok esetben más jellemzőkkel rendelkezik, mint a személyes találkozást lehetővé tevő (face-to-face) helyzet. A különbségek alapja a tér és az idő konstans tulajdonsága helyett képlékeny paraméterré válása.

A közösségek formálódásában eddig meghatározó szerepet játszott a természeti környezet – a digitális környezetben ez a szilárd alap eltűnik. A fizikai világ határvonalai elmosódnak, ahogy az idő is másfajta hangsúlyt kap, így cselekedeteink a digitális környezetben azonnal megjelennek, másolhatóvá, megoszthatóvá válnak és (szinte) kitörölhetetlen nyomot hagynak maguk után.

Az emberek vonatkozásában az információs társadalom egyik¹¹ legfontosabb hatása, hogy lehetővé teszi az infokommunikációs eszközök révén való összekapcsolódást. A virtuális közösségek tagjai számára magától értetődő, hogy az online hálózatok nem pusztán a gépeket, hanem az embereket is összekötik.

A digitális kultúra többek között interkonnectív, folyamatos kapcsolódást (always on) feltételez a hálózatba. Az információs társadalom elektronikus eszközei a folyamatos kapcsolatban maradás érzésével ajándékoznak meg bennünket. Az IKT eszközök konvergenciája miatt a mobiltelefon, a számítógép és az internet egyre inkább egységes, állandó, interaktív kapcsolatot biztosító eszközrendszerre olvad össze. A digitális környezet nem pusztán lehetőséget ad az interakciók kiterjesztésére, hanem az interaktivitás természetes és bevett gyakorlattá válik, így egyre inkább a „fogyasztó” szerkeszti a tartalmakat. A behuzalozottság – a hozzáférési küszöböt átlépve – bárki vagy bármely közösség meglehetősen nagy nyilvánossághoz juthat a világhálón, ahol interaktív módon kommunikálhat másokkal vagy más közösségekkel.

A digitális kultúra közege a hálózat, ahol az emberek egyszerűbb-összetettebb, lazább-szorosabb virtuális hálózatokba rendeződnek. Ezek a hálózatokat vagy virtuális közösségeket szinte minden esetben a hagyományos értelemben vett közösségek oldaláról, azokkal összehasonlítva közelítették meg. Az összehasonlítás sokszor szembeállításaként jelent meg, azaz a közösség jellemzőit állították szembe a virtuális közösség jellemzőivel. Megfigyelhető ugyanakkor, hogy a virtuális közösségek sokszor átfedőek az offline közösségekkel és az egyéni viszonyulást illetően nagyon hasonlítanak ezekhez.

A közösségek kialakulásának egyik legerősebb meghatározója sokáig a földrajzi közelség volt¹²: nem alakulhattak ki közösségek egymástól távol élő (így a sűrű interakcióra képtelen) egyének

11 Az információs társadalom másrészt új egyenlőtlenséget is teremt. A digitális egyenlőtlenség a hagyományos egyenlőtlenségekre épül, tovább erősítve azt.

12 Az amerikai civil társadalom bomlásáról, a társadalmi tőke csökkenéséről Putnam (2006) úgy gondolkodik, hogy arra a munkaidő növekedése és az együttélési szokások (kevesebb házasságkötés, több válás) változása mellett, a térbeli mobilitás és a szabadidő technicizálódása gyakorolt számottevő hatást.

között. A földrajzi meghatározottság az infokommunikációs eszközök révén feloldható, így az emberi kapcsolatok és érzelmek megannyi módon kifejeződhetnek. Az ilyen típusú online közösségek leginkább valamilyen cél vagy probléma, közös érdeklődés mentén szerveződtek és szerveződnek. Habár az online világ kibontakozásakor a technofil és a technofób nézőpontok ütköztetésében az „új elektronikus demokrácia” lehetősége is része volt utóbbiak jövőképeknek (Pintér, 2007) nem feltétlenül alakulnak ki olyan erős és egységes kötődések, hogy akár a hagyományos értelemben vett szubkulturákról beszélhessünk. Ma már ezek a közösségek nem kizárólagosan konfliktusosak, nem feltétlenül a status quo megdöntését kívánják elérni. A posztsubkultúra-felfogás szerint a mai ifjúsági szubkulturák nem feltétlenül értelmezhetők a hatalom dimenzióiban (Tófalvy et. al 2011). Az utóbbi évtizedekben a határozott politikai arcúkkal bíró ifjúsági szubkulturák jelentősége csökkent, helyüket átvették a termék- és fogyasztásorientált csoportok, valamint az életstílus alapú csoportosulások. Ezek a lazább közösségek a strukturális viszonyok (osztály, nem, vallás) külső kényszerítő ereje helyett belső tudatállapot alapján szerveződnek, amely az életstílusokban ölt testet.

Miközben a digitális kultúra virágzik és a különböző infokommunikációs eszközök folyamatosan új és szélesebb lehetőségeket teremtenek a hálózatosodásnak, így a virtuális terekben történő közösségek létrehozásának, a létrejövő közösségek egyre kevésbé értelmezhetőek a hatalom dimenzióiban. A behuzalozottság növekedésével párhuzamosan csökken a politikai kérdések iránti érdeklődés. A 2000 és 2008 közötti nagymintás ifjúságkutatások rendre a magyar fiatalok politikai érdeklődésének alacsony voltát állapították meg, ráadásul a 2012-es eredmények további jelentős mértékű csökkenéséről számoltak be (Oross 2013).

Következtetések

Az elmúlt negyedszázad rendszerszintű változásainak hatását elemezve megállapíthatjuk, hogy a politikai részvétel szempontjából leginkább időben és térben elszigetelt módon voltak képesek növelni az aktivitást. A rendszerváltás politikailag aktív fiatal generációja továbbra is aktív, helyét sikeresen nem tudta elfoglalni újabb nemzedék. A globalizáció bár képes volt globális mozgalmat generálni részben generációs alapon, hiszen a tüntetők és aktivisták többsége fiatal középosztálybeli volt, identitásproblémáik akadályozták az egységes célok kitűzését és követését. Az elmúlt évtizedekben a digitális kultúra kibontakozása Magyarországon is végbement, eredményeként az Y generáció tagjai egyben egy globális generáció tagjaivá is váltak. Habár a digitális kultúra az élet megannyi területén jelen van új eszközöket és tereket, így új nyilvánosságot is teremtve, mégsem mondható el az első digitális generációról, hogy a közélet új digitális részvételi kultúrájának felépítésében átható sikert ért volna el.

Az elmúlt negyedszázadot áttekintve több esetben láthattunk nemzedéki jelleget mutató politikai szerveződések, aktivitásokat, azonban az elmúlt néhány évben ezek nem mutatták a tartósság jelét. Ahhoz, hogy a mai fiatalokkal kapcsolatban politikai generációról beszélhessünk szükség lenne számottevő politikai érdeklődésre és a status quo megdöntésére irányuló aktivitásra vagy legalább tartós és koherens célokra; nemzedéki jellegre. A politikai

érdeklődés nem számottevő, a Magyar Ifjúság 2012 kutatás eredményeinek tanúsága szerint mindössze a fiatalok két százalékát érdekli a fokozottan a politika (Oross 2013). Aktivitás nem jellemző, bár a tizen- huszonévesek nem minden szocializációs közegben mutatnak egyforma csendességet, mindenesetre nemzedékük céltalanságát maguk is hangsúlyozzák. Nemzedéki alapon szerveződő politikailag aktív csoportosulásokat ugyan találunk, de ezek elszigeteltek és nem számottevők.

A lehetséges okok tekintetében Albert Hirschman fogalomhármására (kivonulás, tiltakozás és hűség) támaszkodva fogalmazhatunk meg hipotéziseket. A nagymintás ifjúságkutatások alapján megállapítható, hogy láthatóan a fiatalok többsége a fennálló status quoval szemben nem fogalmaz meg ellenállást, ez azonban nem jelenti azt, hogy feltétlenül a hűséget választja stratégiának, lehet ez a kivonulásnak is egy sajátos formája. Hipotézisként megfogalmazhatjuk, hogy a fiatalok jó része az egyszerű kivonulás és a hűség elegyét választja, ami tetteik alapján egy csendes attitűdként jelenik meg. Nem pusztán nem aktívak az online nyilvánosságban, de a kivonulásként a migrációt is kevesen választják, a Magyar Ifjúság 2012 adatai alapján a migrációs szándékkal bírók között a „lábbal szavazás” nem jelentős, sokkal inkább az anyagi és szellemi erőforrás-bővítés jelenti motivációt a külföldre költözésben.

Proaktív hűséggel vagy tiltakozással nem jellemezhetőek a magyar fiatalok, hiszen körükben sem a protest sem a status quo melletti kiállás nem tekinthető tömegesnek. Amennyiben mégis teret nyer a protest magatartás az a maga tisztaságában jelenik meg, alternatívát nem kínál, nem általános és időben sem egybefüggő akciókban mutatkozik meg. Összességében inkább a csendes visszahúzódás általános, egyelőre elkerülve az olyan szélsőségeket, mint amivel a hikikomorik¹³ jellemezhetőek. Ha a csendességet egyfajta hűségként értelmezzük és arra keressük a választ, hogy miért nem láznak a következő hipotézist fogalmazhatjuk meg: az ifjúsági kultúra látszólag kikerült a hatalom dimenziójából, a kényszerek hiányoznak vagy a generáció számára nem azonosíthatók, a megélt ifjúkor és a mozaikszerű posztmodern identitás kedvez a status quo-nak. De mondhatjuk azt is, hogy kívárnak. Keresik azokat az platformokat, ahol gyakorolhatják a digitális részvételi kultúrájukat vagy már teszik is, csak egyelőre nem látjuk.

13 Japánban másfélmillió főre is tehető azoknak az önként vállalt száműzetésben élő, zömmel fiataloknak a száma, akik hónapokig vagy akár évekig egyáltalán nem mozdulnak ki otthonukból, elkerülve a face-to-face interakciókat csupán az online térben tartva fenn emberi kapcsolatokat.

Irodalom

- Bauer Béla – Szabó Andrea (szerk.) (2005): *Ifjúság2004 Gyorsjelentés*. Mobilitás, 2005.
- Bell, D. (2001): *Az információs társadalom társas keretrendszere*. *Információs társadalom*. 1, (3-33).
- Castells, M. (2006): *Az információ kora: gazdaság, társadalom és kultúra*. II. kötet: *Az identitás hatalma*. Budapest, Gondolat: Infonia, 2005-2007.
- Castells, M. (2005): *Az információ kora: gazdaság, társadalom és kultúra*. I. kötet: *A hálózati társadalom kialakulása*. Budapest, Gondolat, Infonia, 2005-2007.
- Guld Ádám (2012): *Az EMO – Egy kortárs stílusközösség a média kulturális tanulmányozásának tükrében*. (Doktori disszertáció. Pécsi Tudományegyetem Bölcsészettudományi Kar Irodalomtudományi Doktori Iskola Kultúratudományi Doktori Program).
- Hall, S. (1997): A kulturális identitásról. Feischmidt Margit (szerk.): *Multikulturalizmus* Budapest, Láthatatlan Kollégium – Osiris, 1997: 60-85. o.
- Howe, N. – Strauss, W. (1997): *The Fourth Turning: What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny*. New York, Broadway Books.
- Howe, N. – Strauss, W. (1991): *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York, William Morrow–Company.
- Hirschman, A. O. (1995): *Kivonulás, tiltakozás, hűség*. Budapest, Osiris.
- Nagy Ádám (2013): Szabadidős tervek és tevékenységek. In: Székely Levente (szerk.): *Magyar Ifjúság 2012, tanulmánykötet*. Budapest, Kutatópont. 211-228.
- OECD (2016): *Society at a Glance 2016*. OECD Social Indicators.
- Oross, D. (2013): Társadalmi közérzet, politikához való viszony. In: Székely, L. (szerk.) (2013): *Magyar Ifjúság 2012 – Tanulmánykötet*. Kutatópont, 2013. 283-315.
- Pintér Róbert (2007): Towards getting to know information society. In: Pintér R. (ed.): *Information society – coursebook*. Gondolat – Új Manátum, 11-28.
- Pintér Róbert – Székely Levente (2006): Bezzeg a mai fiatalok – a tizenéves korosztály médiafogyasztása a többségi társadalom tükrében. In: Dessewffy Tibor – Fábíán Zoltán – Z. Karvalics, L. (szerk.): *Internet.hu – A magyar társadalom digitális gyorsfényképe* 3. 137-160.
- Prensky, M. (2001): *Digital natives, digital immigrants*. *On the Horizon* – MCB University Press, 9(5), 1-6.
- Putnam, R. D. (2006 [1995]): Egyedül tekézni: Amerika csökkenő társadalmi tőkéje. In: Lengyel György – Szántó Zoltán (szerk.): *Gazdaságszociológia. Szöveggyűjtemény*. Budapest, Aula, 207-219.)
- Rab Árpád (2016): Az újmédia és a digitális kultúra nemzedéke: virtuális terek, digitalizált hétköznapiak. In: Nagy Ádám – Székely Levente (szerk.) (2016): *Negyedszázad – Magyar Ifjúság 2012*. Iuvenis Ifjúságsszakmai Műhely – ISZT Alapítvány – Excenter Kutatóközpont – Új Ifjúsági Szemle Alapítvány. 277-305.
- Rab Árpád – Székely Levente (2007): Változó ifjúság az információs társadalomban In: Nagy Ádám (szerk.): *Ifjúságsegítés – Probléma vagy lehetőség az ifjúság*. Budapest – Szeged, Belvedere – Palócvilág – Új Mandátum, 224-244.
- Rab Árpád (2007): Digitális kultúra – A digitalizált és a digitális platformon létrejött kultúra In: Pintér Róbert (szerk.) *Az információs társadalom – Tankönyv*. Gondolat – Új Mandátum 2007, 182-201.
- Rab Árpád (2011) Bevezetés az információs társadalomba. In: Bánya E. – Novák, P. (szerk.) *Online üzlet és marketing*. Budapest, Akadémiai Kiadó 2011, 16-35.
- Somlai Péter (2011): Nemzedéki konfliktusok és kötelékek. In: Bauer Béla – Szabó Andrea (szerk.) *Arctalan nemzedék*. Budapest, Nemzeti Család-és Szociálpolitikai Intézet. 25-36.

- Szabó Andrea (2015): *Az egyetemisták és főiskolások Magyarországon*. Szeged, Belvedere Meridionale.
- Szabó Andrea (szerk.) (2014): *Racionálisan lázadó hallgatók II. Apátia – radikalizmus – posztmaterializmus a magyar egyetemisták és főiskolások körében*. Budapest – Szeged, Belvedere Meridionale – MTA TK PTI.
- Szabó Andrea (szerk.) (2012): *Racionálisan lázadó hallgatók, 2012. Apátia – radikalizmus – posztmaterializmus a magyar egyetemisták és főiskolások körében I*. Szeged.
- Szabó Katalin – Hámori Balázs (2006): *Információgazdaság. Digitális kapitalizmus vagy új gazdasági rendszer?* Budapest, Akadémiai Kiadó.
- Székely Levente (2014): Az új csendes generáció. In: Nagy Ádám – Székely Levente (szerk.): *Másodkézből – Magyar Ifjúság 2012*. ISZT Alapítvány – Kutatópont. 9-28.
- Székely Levente (2008): Fogasztás, gazdasági helyzet, kultúra, média, infokommunikáció – Civil Ifjúsági Jelentés 2006-2007. Új Ifjúsági Szemle. 6(2-3), 67-74.
- Székely Levente (2007): A jövő médiafogyasztói. Új Ifjúsági Szemle, 5(1), 82-92.
- Székely Levente (2006): Másvilág – Fiatalok az információs társadalomban. Új Ifjúsági Szemle, 4(3), 35-45.
- Székely Levente – Nagy Ádám (2011): Online youth work and eYouth - A guide to the world of the digital natives. *Children and Youth Services Review*, 33(11), 2186-2197.
- Tófalvy Tamás – Kacsuk Zoltán – Vályi Gábor (szerk.) (2011): *Zenei hálózatok – Zene, műfajok és közösségek az online hálózatok és az átalakuló zeneipar korában*. Budapest, L'Harmattan.
- Zimbardo, P. – Coulombe, N. D. (2016): *Nincs kapcsolat - Hova lettek a férfiak?* Budapest, Libri Könyvkiadó.